

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шарифуллин Федер Ананьевич ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Должность: Директор Казанского филиала

Дата подписания: 05.12.2023 09:28:22

Уникальный программный ключ:

65fd6cbdf7eae29c01b701aabc1fbc13d72d7bd0b08b122e44091c482448eba9

1

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРАВОСУДИЯ»

Казанский филиал

ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)» (базовая подготовка)

Учебно-методический комплекс по дисциплине

Основы менеджмента и маркетинга

Учебно-методические рекомендации по изучению дисциплины

Казань, 2023

Оглавление

1. Учебно-методические рекомендации для обучающихся по видам учебных занятий.....	3
2. Учебно-методические рекомендации для обучающихся по выполнению различных форм самостоятельной работы.....	4
3. Учебно-методические рекомендации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами по освоению дисциплины (модуля).....	8

1. Учебно-методические рекомендации для обучающихся по видам учебных занятий

Общие положения

В курсе используется комбинированный метод обучения. В ходе лекционных занятий рассматриваются наиболее проблемные и дискуссионные теоретические и практические вопросы по теории менеджмента. Общие вопросы и понятия рассматриваются слушателями самостоятельно на основе изучения рекомендованной литературы. Выработке практических навыков, закреплению и развитию теоретических и прикладных знаний посвящены практические занятия.

В курсе, помимо традиционной лекционной формы, используются различные активные методы обучения, целью которых является активное вовлечение обучающегося в образовательный процесс и развитие навыков командного взаимодействия.

Лекционные занятия (теоретический курс)

Целью лекционных занятий по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» является формирование у обучающихся необходимых знаний и практических навыков на основе знаний теории менеджмента.

Задачами лекционных занятий по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» является изучить:

- основные этапы развития менеджмента как науки;
- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- роли, функции и задачи менеджера в современной организации;
- принципы целеполагания, виды планирования;
- типы организационных структур, их основные параметры;
- основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля;
- виды управленческих решений и методы их принятия;
- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповых методов принятия решений, стилей и методов управления
- сформировать понятийный ряд, связанный с объектами, функциями и способами управления и организации маркетинговой деятельности на предприятии, ввести необходимые термины и определения
- познакомить обучающихся с современным опытом маркетинга и менеджмента с тем, чтобы они были способны его применить в своей дальнейшей работе

Обучающийся должен фиксировать основные положения лекции в письменном виде, особое внимание следует обратить на примеры управленческой практики, которые в обязательном порядке необходимо отражать в конспекте.

Лекционные занятия проводятся с использованием проектора и комплекса слайдов.

Практические занятия

Целью практических занятий по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» является сформировать у обучающихся системные представления по теории менеджмента: потребности и необходимости управления в деятельности человека; развитие социально-экономических систем, эволюции теории и практики управления организаций, базовые свойства.

Задачами практических занятий по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» является формирование умений:

- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее

совершенствованию;

- организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;
- анализировать стили и методы управления;

– научить обучающихся четко формулировать цели и задачи, определять существенные в данной ситуации переменные, уметь собирать информацию и анализировать ее для выработки обоснованного решения, определять наиболее успешные и соответствующие действующему законодательству способы применения элементов комплекса маркетинга;

– выработать у обучающихся умения выбирать оптимальные в данной ситуации мотиваторы, системы контроля;

При проведении практических занятий применяются активные образовательные технологии: информационные технологии; проблемное обучение; контекстное обучение; опережающая самостоятельная работа.

Лабораторные занятия (практикумы)

Не предусмотрены учебным планом.

2. Учебно-методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельной работы

Общие положения

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» проводится с целью:

- систематизация, закрепление, углубление и расширение полученных теоретических знаний, самостоятельное овладение новым учебным материалом;
- развитие общих и профессиональных компетенций, включающих в себя способность осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения учебно-профессиональных задач, профессионального и личностного развития; использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования учебно-профессиональной деятельности;
- развитие познавательных способностей и активности обучающихся, творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной деятельности.

Основными видами самостоятельной работы по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» является аудиторная и внеаудиторная самостоятельная работа. Аудиторная самостоятельная работа выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию. Внеаудиторная самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» включает в себя:

- подготовку к аудиторным занятиям (лекциям, практическим, лабораторным) и выполнение соответствующих заданий;
- самостоятельную работу над отдельными темами учебной дисциплины в соответствии с календарно-тематическим планам;
- подготовку и выполнение заданий, предусмотренных практическими работами;
- выполнение письменных работ, электронных презентаций;
- подготовку ко всем видам контрольных испытаний, в том числе к зачету;

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу обучающихся по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме. В качестве форм и методов контроля внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся могут быть использованы, тестирование, самоотчеты, письменные работы и др.

Учебно-методические рекомендации по изучению обучающимися вопросов, выносимых на самостоятельное изучение.

Цель организации самостоятельной работы (СР) по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» – является обучение обучающихся в навыкам и умениям в области теории менеджмента, овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа обучающихся способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Самостоятельная работа обучающихся является важнейшим видом освоения содержания дисциплины, подготовки к практическим занятиям, и к экзамену (зачету). Сюда же относятся и самостоятельное углубленное изучение тем дисциплины. Самостоятельная работа представляет собой постоянно действующую систему, основу образовательного процесса и носит исследовательский характер, что послужит в будущем основанием для написания выпускной квалификационной работы, и применением знаний на практике.

Организация СР ориентируется на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей обучающихся, переход от поточного к индивидуализированному обучению, с учетом потребностей и возможностей личности.

Самостоятельная работа обучающихся предполагает следующие виды отчетности:

- подготовку и написание докладов, сообщений, рефератов, и других письменных работ на заданные темы; изготовление презентаций.

Учебно-методические рекомендации по выполнению отдельных форм самостоятельной работы

Методические рекомендации по подготовке и написанию контрольной работы

Подготовка обучающимися письменных контрольных работ является одной из форм активизации и оптимизации учебного процесса, усиления его практической направленности является.

Письменная работа представляет собой самостоятельное научное исследование обучающегося в области определенной дисциплины. На основе изучения правовых актов и специальной литературы обучающийся должен дать самостоятельное решение проблем в рамках избранной темы, показать свое видение тех или иных рассматриваемых вопросов. В процессе подготовки письменных работ у обучающихся развивается творческая активность, формируются умения выявлять имеющиеся проблемы и находить пути их решения.

Основным требованием, предъявляемым к контрольной работе, является высокий научно-теоретический (с практическими выкладками) уровень ее содержания, который достигается при соблюдении следующих обязательных условий:

- не должна носить компилятивный характер, т. е. содержать заимствование чужих мыслей без соответствующих указаний.

- должна содержать собственный вклад обучающегося на основе анализа исследуемых документов и специальной литературы;
- должна включать в себя не только теоретический аспект исследуемых проблем, но и практический, с выводами и рекомендациями.

Письменные работы должны оформляться с соблюдением определенных правил.

Цель контрольной работы – оценка качества усвоения обучающимися отдельных, наиболее важных разделов, тем и проблем изучаемой дисциплины, умения решать конкретные теоретические и практические задачи.

Основная часть контрольной работы должна, как правило, содержать основные определения, обоснования и доказательства, описание методики расчёта (формулы), а также иметь ссылки на используемые источники информации. Материал работы и ее отдельные положения должны быть взаимосвязаны. Основная часть может также включать анализ теории вопроса по теме контрольной работы. Здесь же приводятся исходные данные и значения параметров в соответствии с заданием на контрольную работу. После этого излагается ход рассуждений, описывается последовательность расчётов, приводятся промежуточные доказательства и результаты решения всей поставленной задачи.

В заключении формулируются краткие выводы по выполненной контрольной работе, а в её конце приводится список использованных источников информации.

Методические рекомендации по написанию рефератов.

Реферат является самостоятельным библиографическим исследованием обучающегося, носящим описательно-аналитический характер.

Реферат не должен копировать содержание первоисточников. Он представляет собой новый вторичный текст, созданный в результате систематизации и обобщения материалов из первоисточников, его аналитико-синтетической переработки.

Целью подготовки реферата является обобщение различных научных идей, концепций, точек зрения на основе самостоятельного анализа отечественной и иностранной литературы.

Выполнение реферата должно иметь логически-обусловленную последовательность:

1. Определение темы.
2. Поиск, изучение и систематизация отобранных материалов.
3. Составление плана работы.
4. Написание текста.
5. Оформление реферата.

Реферат выполняется по одной из предложенных тем по выбору обучающегося с учетом его интересов и актуальности проблемы. Примерный перечень тем предоставляется преподавателем. Обучающийся может предложить собственную тему исследования, обосновав ее целесообразность и актуальность.

Примерная структура реферата

1. Титульный лист (Приложение 1)
2. Содержание
3. Введение
4. Основная часть
5. Заключение
6. Список использованной литературы
7. Приложения.

Во введении автор обосновывает выбор темы, ее актуальность, место в существующей проблематике, степень ее разработанности и освещенности в литературе, определяются цели и задачи исследования. В объеме реферата введение составляет 1-2 страницы.

Введение состоит из: вступления, обосновании актуальности выбранной темы, краткого обзора литературы, формулировки цели и задач реферата и его структуры.

Вступление состоит из 1-2 абзацев, необходимых для начала.

Обоснование актуальности выбранной темы – это ответ на вопрос: «почему я выбрал(а) эту тему данного реферата, чем она меня заинтересовала?». Необходима связь темы реферата с современностью.

Краткий обзор литературы и источников по проблеме представляет собой краткую характеристику основных источников литературы, с которой автор работал, оценку ее полезности и степени разработанности.

Цель и задачи реферата, которые предстоит решить в соответствии с выбранной темой, формулируются после изучения литературных источников по данной проблематике.

Цель – это осознаваемый образ предвосхищаемого результата.

Задача – то, что требует разрешения.

В основной части выделяют 2-3 вопроса рассматриваемой проблемы (главы, параграфы), в которых формулируются ключевые положения темы. В них автор развернуто излагает анализ проблемы, доказывает выдвинутые положения. Необходимо добиться того, чтобы основная идея, выдвинутая во введении, пронизывала всю работу, а весь материал был нацелен на раскрытие главных целей и задач. Каждый раздел должен открываться определенной задачей и заканчиваться краткими выводами.

Основное содержание реферата излагается по вопросам плана последовательно, доказательно, аргументировано, что является основным достоинством самостоятельной работы.

При изложении материала необходимо соблюдать общепринятые правила:

- не рекомендуется вести повествование от первого лица единственного числа (утверждения лучше выражать в безличной форме);
- при упоминании в тексте фамилий ученых обязательно ставить инициалы;
- каждая глава начинается с новой страницы, а параграф с новой строки;
- при изложении различных точек зрения и научных положений, цитат, выдержек из литературы, необходимо сделать ссылки на источники, отраженные в списке использованной литературы.

В заключении подводятся итоги исследования, обобщаются полученные результаты, делаются выводы по теме реферата, даются рекомендации по применению полученных результатов исследования.

Список использованной литературы должен содержать не менее 10 источников и служит показателем изученности темы автором. Издание не менее 60% источников должно быть за последние пять лет.

Перечень литературы приводится в алфавитном порядке в соответствии с требованиями оформления. В нем фиксируются только те источники, с которыми работал автор реферата.

Требования к оформлению реферата

Объем работы - не более 15-20 страниц печатного текста. Реферат представляется на одной стороне бумаги формата А4 размером 210x297 мм в одном цвете. Параметры страницы: межстрочный интервал - полуторный. Заголовки разделов, глав, параграфов должны отделяться от текста интервалами. Заголовок раздела - шрифт Times New Roman 14 ПРОПИСНЫМИ буквами. Обязательно соблюдение красной строки в начале абзаца. Текст не обходимо печатать, соблюдая следующие параметры:

Верхнее и нижнее поле страницы – 2 см, левое – 2,5 см., правое – 1,5 см.

Нумерацию таблиц и рисунков сквозная. Первой страницей является титульный лист. Он входит в общее количество страниц. На титульном листе номер страницы не ставят. На следующих страницах номер ставят в нижнем правом углу страницы без точки.

Методические рекомендации по выполнению разноуровневых задач

Цель выполнения разноуровневых задач и заданий – оценка уровня усвояемости обучающимися теоретических знаний и наличие сформированности практических навыков по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга».

Задания и задачи оформляются в печатном виде и задаются ведущему курс преподавателю.

Для решения заданий **репродуктивного уровня** необходимо применить полученные при изучении дисциплины теоретические знания.

Общий алгоритм для решения задач **реконструктивного уровня**:

1. Прочитать и проанализировать условие задачи. Обучающийся должен понять, о чем идет речь в задаче, какие понятия используются, о каких принципах, законах или явлениях идет речь.

2. Анализ данных. Обучающийся должен подумать, каким способом по ним можно получить требуемый результат. Это может быть использование готовых формул, вывод формул, построение логических цепочек.

3. Применение способа к исходным данным, в частности, проведение вычислений.

4. Анализ ответа с точки зрения его смысла и соответствия условию.

Для решения выполнения заданий **творческого уровня** необходимо:

- внимательно прочесть задание,
- повторить учебный материал, соответствующей тематике задания,
- собрать необходимый теоретический и практический материал,
- проанализировать собранный материал по критериям соответствия и полноты ответа на задание,
- последовательно ответить на поставленные в задании вопросы,
- оформить работу в печатном виде.

При этом ответ должен быть обоснован, четко и ясно изложен, схемы и рисунки выполнены аккуратно.

Фонд заданий к дисциплине по каждой компетенции находится в ЕИОС университета: <http://femida.raj.ru/login/index.php>

3. Методические рекомендации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами по освоению дисциплины (модуля) «Основы менеджмента и маркетинга»

Под специальными условиями для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения таких обучающихся, включающие в себя использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания организаций и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы деятельности: самостоятельная работа по освоению и закреплению материала; индивидуальная учебная работа в контактной форме предполагающая взаимодействие с преподавателем (в частности, консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором,

способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся.

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья возможно

–использование специальных технических и иных средств индивидуального пользования, рекомендованных врачом-специалистом;

–присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь.

На лекционном занятии рекомендуется использовать звукозаписывающие устройства и компьютеры, как способ конспектирования.

Для освоения дисциплины (в т.ч. подготовки к занятиям, при самостоятельной работе) лицами с ограниченными возможностями здоровья предоставляется возможность использования учебной литературы в виде электронного документа в электронно-библиотечной системе Book.ru имеющей специальную версию для слабовидящих; обеспечивается доступ к учебно-методическим материалам посредством СЭО «Фемида»; доступ к информационным и библиографическим ресурсам посредством сети «Интернет».

4. Перечень нормативных правовых актов, актов высших судебных органов, материалов судебной практики

Не предусмотрены.

Приложение 1
Оформление титульного листа

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРАВОСУДИЯ»
Казанский филиал

специальность 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)
Кафедра экономики

Реферат по дисциплине

«Основы менеджмента и маркетинга»

тема: «_____»

Обучающийся _____ курса

(Форма обучения)

(Ф.И.О. полностью)

Научный руководитель

(Ф.И.О., ученая степень, звание)

Казань 20__ г.

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРАВОСУДИЯ»
Казанский филиал**

ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

**38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)»
(базовая подготовка)**

**Учебно-методический комплекс по дисциплине
Основы менеджмента и маркетинга**

**Фонд оценочных средств текущего контроля успеваемости
(промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины)**

Для набора 2023 года

Казань, 2023

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРАВОСУДИЯ»**

Казанский филиал

Кафедра «Экономика»

Паспорт фонда оценочных средств

Дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга»

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Тема 1. Управленческий процесс и его элементы.	ОК-1; ОК-2; ОК-4; ОК-5	Выполнение индивидуальных и групповых заданий, решение ситуационных задач Обсуждение докладов и выступлений, дискуссия по наиболее актуальным и спорным вопросам Экспертная оценка на практическом занятии
2	Тема 2. Организация основные характеристики	ОК-1; ОК-2; ОК-4; ОК-5	Выполнение индивидуальных и групповых заданий, решение ситуационных задач Обсуждение докладов и выступлений, дискуссия по наиболее актуальным и спорным вопросам Экспертная оценка на практическом занятии
3	Функции менеджмента	ОК-1; ОК-2; ОК-4; ОК-5	Выполнение индивидуальных и групповых заданий, решение ситуационных задач Обсуждение докладов и выступлений, дискуссия по наиболее актуальным и спорным вопросам Экспертная оценка на практическом занятии
4	Тема 4 Методы и стили управления	ОК-1; ОК-2; ОК-4; ОК-5	Выполнение индивидуальных и групповых заданий, решение ситуационных задач Обсуждение докладов и выступлений, дискуссия по наиболее актуальным и спорным вопросам Экспертная оценка на практическом занятии
5	Тема 5. Понятие управленческого решения	ОК-1; ОК-2; ОК-4; ОК-5	Выполнение индивидуальных и групповых заданий, решение ситуационных задач Обсуждение докладов и выступлений, дискуссия по наиболее актуальным и спорным вопросам Экспертная оценка на практическом занятии
6	Тема 6. Основные понятия маркетинга	ОК-1; ОК-2; ОК-4; ОК-5	Выполнение индивидуальных и групповых заданий, решение ситуационных задач Обсуждение докладов и выступлений, дискуссия по наиболее актуальным и спорным вопросам Экспертная оценка на

			практическом занятии
7	Тема 7. Товар в маркетинговой деятельности	ОК-1; ОК-2; ОК-4; ОК-5	Выполнение индивидуальных и групповых заданий, решение ситуационных задач Обсуждение докладов и выступлений, дискуссия по наиболее актуальным и спорным вопросам Экспертная оценка на практическом занятии
8	Тема.8 Ценообразование в маркетинге	ОК-1; ОК-2; ОК-4; ОК-5	Выполнение индивидуальных и групповых заданий, решение ситуационных задач Обсуждение докладов и выступлений, дискуссия по наиболее актуальным и спорным вопросам Экспертная оценка на практическом занятии

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРАВОСУДИЯ»
Казанский филиал

Кафедра экономики

**Перечень компетенций с указанием этапов их формирования
в процессе освоения ОП
по дисциплине Основы менеджмента и маркетинга**

№ п/п	Код	Описание	Этапы формирования <i>3 семестр</i>
1	ОК 1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	1-8 тема
2	ОК 2	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	1-8 тема
3	ОК 4	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	1-8 тема
4	ОК 5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	1-8 тема

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРАВОСУДИЯ»
Казанский филиал

Кафедра Экономики

Вопросы для семинаров, коллоквиумов

по дисциплине Основы менеджмента и маркетинга

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством (наименование, код):

ОК-1 - Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК-2 - Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК-4 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК-5 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

Тема 1. Управленческий процесс и его элементы.

	Вопрос	Компетенция
1	В чем заключается основная задача современного менеджера?	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
2	В каких сферах реализуется современный менеджмент?	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
3	Дайте обобщенное определение понятий "управление" и "менеджмент", выделите их главные характеристики. Почему необходимо управление организацией?	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
4	Как соотносятся понятия "управление" и "менеджмент"? Какое понятие шире?	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
5	Охарактеризуйте классическую школу управления. Назовите основных представителей этой школы. В чем суть школы научного управления?	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
6	Развитие управленческой мысли. Неоклассические школы управления	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
14	Будущее профессии кадастрового инженера.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
15	Развития предпринимательских навыков для индивидуальной деятельности	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5

Тема 2. Организация основные характеристики

	Вопрос	Компетенция
1	Понятие организации. Теории организации	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
2	Эволюция организационных структур	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
3	Типы организационных структур	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
4	Законы организации	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5

5	Как влияет внешняя и внутренняя среда на процесс планирования	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
6	Какие основные переменные в организации следует учитывать руководителю	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5

Тема 3. Функции менеджмента

	Вопрос	Компетенция
1	Функция планирования	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
2	Функция организации	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
3	Функция координации	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
4	Функция мотивации	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
5	Теории мотивации	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
6	Функция контроля	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5

Тема 4 Методы и стили управления

	Вопрос	Компетенция
1	Охарактеризуйте четыре группы эффективных организационных навыков, в которых нуждается современный руководитель при управлении персоналом.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
2	Раскройте сущность механизма формирования коллектива. Дайте характеристику основным этапам развития коллектива.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
3	Какие виды психологической совместимости работников необходимо учитывать при формировании коллектива и почему?	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
4	В чем заключается профессионализм руководителя	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
5	Ситуационный подход к выбору методов управления. Готовность к обучению	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
6	Выбор стиля управления и мотивация сотрудников	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
7	Какова роль контроля в управлении?	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
8	Охарактеризуйте четыре группы эффективных организационных навыков, в которых нуждается современный руководитель при управлении персоналом.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5

Тема 5. Понятие управленческого решения

	Вопрос	Компетенция
1	Определение решения	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
2	Программированные и непрограммированные решения	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
3	Алгоритм принятия решения	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5

4	Методы принятия управленческих решений	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
5	Причины принятия неэффективных решений	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5

Тема 6. Основные понятия маркетинга.

1	Вопрос	Компетенция
2	Что такое маркетинг?	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
3	Когда возник маркетинг?	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
4	Назовите основные этапы развития маркетинга.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
5	Перечислите принципы маркетинга	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
6	Назовите основополагающий принцип маркетинга	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
7	Назовите объективные предпосылки для возникновения маркетинга.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
8	Перечислите основные этапы развития маркетинга	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
9	Назовите отличительные черты активного маркетинга	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5

Тема 7 Товар в маркетинговой деятельности

	Вопрос	Компетенция
	Определение товара	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
	Классификация товара	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
	Жизненный цикл товара	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
	Понятия товара новинки	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5

Тема 8. Ценообразование в маркетинге

	Вопрос	Компетенция
1	Каковы сущность и значение цены в маркетинге?	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
2	Приведите примеры ценовой и неценовой конкуренции	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
3	Что понимают под ценовой эластичностью спроса, эластичностью спроса по доходу и перекрестной эластичностью? Приведите примеры	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
4	Методы формирования цены	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5

Критерии оценивания:

Порядок расчета баллов для оценочных средств текущего контроля

В целях применения балльно-рейтинговой системы баллы за результаты учебной работы между заявленными оценочными средствами распределяются:

для дисциплин, которые изучаются в течение одного семестра:

Форма обучения	Заочная, очно-заочная
Всего баллов, в том числе:	0-30
Контрольная работа	0-20
Вопросы для семинаров (практических занятий)	0-4
Практические задания	0-6

для дисциплин, которые изучаются в течение двух семестров – по каждому из семестров:

Форма обучения	Заочная, очно-заочная
Всего баллов, в том числе:	0-15
Вопросы для семинаров (практических занятий)	0-2
Практические задания	0-3

При каждом применении оценочного средства преподаватель выставляет баллы в установленных пределах.

По итогам семестра по каждому оценочному средству определяется (1) общая сумма баллов и (2) средний балл (общая сумма баллов / количество семинаров (практических занятий), на которых оценочное средство применялось).

Сумма средних баллов по всем оценочным средствам формирует баллы, выставляемые обучающимся за результаты учебной работы в каждом семестре.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРАВОСУДИЯ»
Казанский филиал

Кафедра Экономики

Комплект разноуровневых задач/заданий
по дисциплине Основы менеджмента и маркетинга

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством (наименование, код):

ОК-1 - Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК-2 - Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК-4 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК-5 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

На уровне знать

№ п/п	Задание	Код компетенции (части) компетенции
1.	Цели деятельности фирм и цели маркетинга: а) совершенно идентичны; б) тесно взаимосвязаны; в) совершенно не связаны.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
2.	.Вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена - это а) торговля; б) менеджмент; в) маркетинг.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
3.	Менеджмент – это: а) наука; б) искусство и наука; в) техника; г) искусство.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
4.	Все, что может удовлетворить нужду: а) потребность; б) товар; в) запрос.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
5.	Концепция менеджмента, которая в наименьшей степени зависит от национальной культуры: а) отношение к власти; б) системный подход к организации; в) трудовая мотивация; г) подбор персонала	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
6.	Исследования ученых этой школы базировались на	ОК-1; ОК-2, ОК-

	<p>использовании данных точных наук</p> <p>a. школы научного управления;</p> <p>b. классической или административной школы;</p> <p>c. школы науки управления и количественный подход;</p> <p>d. школы поведенческих наук.</p> <p>e. школы человеческих отношений;</p>	4; ОК-5
7.	<p>Основной признак размежевания управленческого и непосредственно производственного труда:</p> <p>a) наличие или отсутствие подчиненных;</p> <p>б) наличие или отсутствие творчества в работе;</p> <p>в) характер предмета труда;</p> <p>г) уровень образования.</p>	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
8.	<p>Предмет труда управленческого персонала:</p> <p>a) управленческие решения;</p> <p>б) информация;</p> <p>в) коллективный труд;</p> <p>г) организация производства</p>	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
9.	<p>Одна из общих функций управления:</p> <p>a) коммуникации;</p> <p>б) мотивация;</p> <p>в) принятие решений;</p> <p>г) нормирование</p>	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
10.	<p>Основные роли менеджера в организации (выберите 3 правильных ответа)</p> <p>А) информационная роль</p> <p>Б) исследовательская роль</p> <p>В) управленческая роль</p> <p>Г) роль по принятию решения</p> <p>Д) коммуникационная роль</p>	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
11.	<p>Профессионализм менеджера - это</p> <p>a. знание технологии отрасли;</p> <p>b. опыт практической работы в отрасли;</p> <p>c. работу на постоянной профессиональной основе.</p> <p>d. управленческую подготовку;</p>	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
12.	<p>Прежде всего менеджер -</p> <p>a. экономистом.</p> <p>b. специалистом данной отрасли;</p> <p>c. специалистом по управлению;</p> <p>d. социологом;</p> <p>e. психологом;</p>	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
13.	<p>Любая группа, которая проявляет реальный или потенциальный интерес к организации или оказывает влияние на ее способность достигать поставленных целей - это</p> <p>a) поставщики;</p> <p>б) контактная аудитория;</p> <p>в) посредники.</p>	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
14.	<p>Служащий компании, занимающийся анализом, планированием, претворением в жизнь намеченного функциями контроля - это</p>	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5

	а) менеджер; б) торговый агент; в) управляющий по маркетингу.	
15.	Фирма выпустила на рынок новый вид моющего средства. Переменные затраты на емкость в 500 мл составили 15 рублей, а на активную рекламную кампанию и премирование торговли было выделено 20 млн.рублей. Было решено, что одна бутылка средства будет стоить 50 рублей. Сколько упаковок необходимо продать, чтобы окупить вложенные средства? Какую прибыль получит фирма, если продаст 1 млн бутылок?	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
16.	Процесс развития продаж товара и получения прибыли, состоящий из четырех этапов - это а) товародвижение; б) стимулирование сбыта; в) жизненный цикл товара.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
17.	Неличное и не оплачиваемое спонсором стимулирование спроса на товар, услугу или деловую организационную единицу посредством распространения о них коммерчески важных сведений в печатных средствах информации или благожелательного представления по радио, телевидению или со сцены, называется: а) личные продажи; б) реклама; в) пропаганда.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
18.	Производством нескольких продуктов с различными свойствами, предназначенных для всех покупателей, но рассчитанных на разные вкусы называется: а) продукто - дифференцированный маркетинг; б) массовый маркетинг; в) целевой маркетинг.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
19.	Средства, вложенные в разработку товара, могут окупаться на этапе: а) выведения на рынок; б) зрелости; в) роста.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5

Задачи реконструктивного уровня Уровень уметь

№ п/п	Задание	Код компетенции (части) компетенции
	Ситуация Представьте себя руководителем, попавшим в каждую из ситуаций. Как бы вы поступили? Каков наихудший образ действий в данных ситуациях? Что может послужить причиной подобного образа действий? Работники некой группы работают без малейшего энтузиазма. Когда менеджер пытается добиться от них более высоких результатов работы, они требуют детальных инструкций, а затем приводят бесконечные причины того, почему из этого ничего не получится. Работа их практически не интересует. Они не боятся быть	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5

	уволенными, поскольку все они работают одинаково (ни одного из них нельзя назвать худшим работником, чем остальные). Менеджер хочет, чтобы они работали лучше, но не знает, с чего начать.	
2.	<p>Ситуация В конце 70-х гг. шах Ирана потерял власть в стране, что вызвало нефтяной кризис. Повышение цен на бензин привело к тому, что американский покупатель стал приглядываться к малогабаритным японским автомобилям хорошего качества со значительно меньшим расходом бензина и с большим по тем временам гарантийным сроком - пятилетним. Однако многие американцы по-прежнему предпочитали пользоваться престижными крупногабаритными «шевроле» и «кадиллаками». Тогда японцы применили следующий рекламный ход: выдвинули лозунг «Покупайте экономичные вторые машины для семьи».</p> <p>Проблема 3. Как вы оцениваете маркетинговую тактику японских бизнесменов? Оправдалась ли она?</p>	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
3.	<p>Весной 1985 г. служащие отдела гарантийных писем Первого Национального Банка в Чикаго заполнили анкеты, выясняющие степень их удовлетворенности работой. Результаты анкеты показали, что до 80% служащих были неудовлетворены своей работой. У руководства также вызывала озабоченность низкая производительность их отдела, к тому же часто поступали жалобы от клиентов на опоздания и ошибки в работе.</p> <p>С помощью специалиста по организационному развитию, служащие выяснили, что причиной их неудовлетворенности является однообразная работа с бумагами, напоминающая работу на конвейере. Служащие чувствовали, что они работают на производстве, где гарантийное письмо готовится по крайней мере 10 людьми, и каждый из них вносит в эту подготовку свою долю, зачастую не равную доле других. Так, например, одна из работниц только закладывала ленту в машину телетайпа.</p> <p>Служащие пожаловались специалисту-консультанту, что задания были настолько раздроблены, что они редко понимали общий смысл своей работы. Но они чувствовали, что этот раздробленный процесс был не только медленным, но и дорогим и вел к большому количеству ошибок, совершаемых в их отделе при подготовке документов. Они были убеждены, что производительность и качество станут лучше, если содержание работы будет пересмотрено.</p> <p>На протяжении нескольких последующих месяцев и при участии всех работников были пересмотрены все задания-операции и многие из тех, которые до того выполнялись отдельно, были объединены, что позволило создать полный цикл с более высоким уровнем ответственности. Служащие прошли переподготовку с целью</p>	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5

	<p>усовершенствования своих навыков и последовавшее за тем повышение их заработной платы отразило новый уровень ответственности в работе. Год спустя Первый Национальный Банк Чикаго смог отчитаться о значительном повышении прибыльности, производительности, степени удовлетворенности клиентов и высокой трудовой морали служащих.</p> <p>Вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Как можно охарактеризовать задачи в отделе гарантийных писем до и после мероприятий по пересмотру содержания работы каждого сотрудника? 2. Обсудите значение способностей и потребностей служащих, работающих в отделе гарантийных писем 3. Изменились ли цели или технология отдела 	
4.	<p>Определить индивидуально-личностные качества, которые необходимы Вам – менеджеру отдела продаж, и выберите инструменты для их определения. Опишите идеального для Вас подчиненного.</p> <p>Разработать карьерный план для менеджера по управлению персоналом. Проанализировать разделы карьерного плана. Определить индивидуально-личностные качества, которые необходимы Вам – менеджеру отдела продаж, и выберите инструменты для их определения. Опишите идеального для Вас подчиненного.</p> <p>Разработать карьерный план для менеджера по управлению персоналом. Проанализировать разделы карьерного плана.</p>	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
5.	<p>Ситуация. Отдел предприятия занимается обработкой информации. Большинство работниц трудятся здесь по многу лет и привыкли обрабатывать информацию вручную. Увеличение объемов диктует необходимость автоматизации обработки данных с помощью компьютерных программ. Работницы предпенсионного возраста выступают против компьютеризации, готовы работать больше, но при этом придется увеличить штат. Молодежь за компьютеры, однако они плохо знают процесс обработки и без помощи опытных работниц им не обойтись.</p> <p><i>Представьте себя руководителем, попавшим в каждую из ситуаций. Как бы вы поступили? Каков наилучший образ действий в данных ситуациях? Что может послужить причиной подобного образа действий?</i></p>	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
6.	<p>Незнание какого закона организации подчиненными привело к созданию этой ситуации? Что следовало бы предпринять руководителю во избежание появления данной проблемы?</p> <p>Мастерская по ремонту антикварной мебели «Кварт» специализируется также и на восстановлении старых пианино и роялей. В компании работают 24 человека, в их числе 6 столяров и 5 настройщиков. Директор на основании общей, но еще слабой тенденции уменьшения</p>	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5

	спроса на эти услуги решил постепенно осваивать новые виды услуг. Он заключил договор на поставку через год технологического оборудования для восстановления старых скрипок, условился с двумя специалистами по восстановлению скрипок, что они перейдут к нему на работу из другой мастерской также через год. Директор оказался прав, через 4-5 месяцев, количество заказов уменьшилось на 20 %, и заработная плата работников стала постепенно сокращаться. Несоответствие между возможностями мастерской и количеством заказов вызвало у работников настороженное отношение к директору из-за его якобы бездействия, появилось желание что-то предпринять самостоятельно. Они стали принимать заказы на восстановление других антикварных инструментов, в том числе и скрипок. Но отсутствие навыков и опыта работы негативно сказывалось на качестве работ. Когда по плану директора пришли опытные специалисты и было поставлено специальное оборудование, репутация компании была подорвана.	
7.	Неэффективная система управления предприятием привела к тому, что оно оказалось на грани банкротства. На складе скопилось значительное количество нераспроданной продукции. Изделия, производимые предприятием, уступают по качеству аналогичным изделиям конкурентов и теряют рынки сбыта, часть ведущих работников предприятия увольняется. Проблема . С чего вы начнете, если вас назначат директором этого предприятия?	с
8.	Реализатор закупил оптом 500 пар женской обуви по цене 150 у.е. за пару. Часть обуви продал по 200 у.е. за пару. С ухудшением реализации в конце зимнего сезона он уменьшил цену товара на 20% и реализовал последние 200 пар женской обуви. Издержки производства по закупке товара и его реализация составили 2000 у.е. Определить: · оптовую стоимость товара; · новую цену продажи остатка товара; · объем выручки от реализации всей партии товара (в у.е.); · прибыль от реализации всей партии товара	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5

Критерии оценивания:

Критерии оценивания применяются в целом по оценочному средству при каждом его применении; в баллах оценивается сформированность всех компетенций, проверяемых оценочным средством.

Результаты обучения	Баллы
Продвинутый уровень. Полностью сформированные знания, 90-100 % правильных ответов на тестовые задания.	3,1-4
Базовый уровень. Сформированные знания, имеющие незначительные пробелы, 70-89 % правильных ответов на тестовые задания.	2,1-3
Пороговый уровень. Неполные знания, 50-69 % правильных ответов на тестовые задания.	1,1-2

Знания отсутствуют либо имеют фрагментарный характер, 49 % и менее правильных ответов на тестовые задания	0-1
---	-----

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРАВОСУДИЯ»
Казанский филиал
Кафедра Экономики

Темы рефератов (эссе, докладов, сообщений)

по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга»

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством (наименование, код):

ОК-1 - Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК-2 - Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК-4 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК-5 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

№ п/п	Тема	Код компетенции (части компетенции)
1.	Взаимосвязь категорий «управление» и «менеджмент»	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
2.	Особенности современных научных подходов к менеджменту.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
3.	Система целей организации.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
4.	Жизненный цикл организации.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
5.	Органы управления акционерным обществом.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
6.	Организационное проектирование.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
7.	Проектная структура управления.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
8.	Матричная структура управления.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
9.	Планирование рабочего времени менеджера.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
10.	Управленческие роли.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
11.	Многомерные стили руководства.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
12.	Скрытое управление и манипулирование.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
13.	Процесс принятия и реализации управленческих решений.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
14.	Методика принятия решений.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
15.	Мотивационная политика предприятия (на конкретном примере).	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
16.	Материальное стимулирование труда.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
17.	Управленческое общение.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
18.	Анализ рыночных возможностей фирмы.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
19.	Позиционирование товара на рынке.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
20.	Психологические факторы, влияющие на покупательский выбор.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
21.	Маркетинговый подход к разработке нового товара.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
22.	Формальные и неформальные организации.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5

23.	Технология как фактор развития организации	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
24.	Система управления – понятие и порядок функционирования	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
25.	Принципы управления.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
26.	Великие менеджеры 20-го столетия (на конкретном примере).	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
27.	Влияние внешней среды на организацию	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
28.	Планирование как функция управления	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
29.	Системный подход при изучении организаций	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
30.	Организация как функция управления	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
31.	Формирование эффективной системы мотивации персонала современной организации	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
32.	Роль мотивации руководителя в эффективности принимаемых решений	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
33.	Товарная политика в маркетинге.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
34.	Особенности управления жизненным циклом товара в условиях конкуренции.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
35.	Особенности ценовой политики учреждений культуры (образования и	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
36.	Особенности коммуникационной политики на рынке товаров для детей.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
37.	Эффективность маркетинговых коммуникаций в сфере услуг.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
38.	Реклама как метод повышения конкурентоспособности предприятия.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
39.	Брендинг и ребрендинг в маркетинговой деятельности предприятия.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5
40.	Управление маркетинговыми коммуникациями.	ОК-1; ОК-2, ОК-4; ОК-5

1. Критерии оценивания:

Результаты обучения	Баллы
Вопросы для практических занятий	0-4
Продвинутый уровень. Содержание темы реферата раскрыто полностью, последовательно, четко и логично выстроен материал, продемонстрировано достаточно полное освоение теоретических и практических материалов, все предусмотренные цели и задачи выполнены, использованы рекомендованные источники литературы, сформулировал выводы и предложения по работе, студент исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, не затрудняется с ответом на основные и дополнительные вопросы. Знания, умения и навыки сформированы полностью.	3,1-4
Базовый уровень. Содержание темы реферата раскрыто полностью, последовательно, четко и логично выстроен материал, продемонстрировано недостаточно полное освоение теоретических и практических материалов, все предусмотренные цели и задачи выполнены, некоторые виды заданий выполнены с ошибками,	2,1-3

<p>использованы рекомендованные источники литературы, сформулировал выводы и предложения по работе, студент исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, имеет некоторые затруднения с ответами на основные и дополнительные вопросы. Сформированные знания, умения и навыки имеют незначительные пробелы.</p>	
<p>Пороговый уровень. Содержание темы реферата раскрыто частично, последовательно, четко и логично выстроен материал, продемонстрировано недостаточно полное освоение теоретических и практических материалов, предусмотренные цели и задачи выполнены не полностью, некоторые виды заданий содержат ошибки, использованы рекомендованные источники литературы, сформулировал выводы и предложения по работе, обучающийся владеет понятийным аппаратом, освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, испытывает затруднения при ответах на вопросы, нарушает последовательность в изложении материала. Знания, умения и навыки сформированы не полностью.</p>	1,1-2
<p>Не раскрыто содержание темы, отсутствуют логика изложения материала и выводы автора, обучающийся не знает большинства разделов работы, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями или не может ответить на задаваемые вопросы. Знания, умения и навыки отсутствуют либо имеют фрагментарный характер.</p>	0-1

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ
по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга»

Направление подготовки: 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет по отраслям
Форма обучения: очная

Содержание банка тестовых заданий

I:

S: Менеджмент – это:

- : Наука;
- +: Искусство и наука;**
- : Техника;
- : Искусство.

I:

S: Основные этапы жизненного цикла организации (выберите 2 правильных ответа):

- +: Рождение**
- : Определение цели.
- +: Зрелость**
- : Объединение
- : Реорганизация

I:

S: Какие группы потребностей рассматриваются в модели мотивации А. Маслоу:

- : Социальной справедливости
- : Кнута и пряника
- : Потребность в деньгах
- +: Социальные, уважение личности, самоутверждение**

I:

S: Что такое решение в общем виде?

Любой результат мыслительной деятельности человека.

- : Действия руководителя в рамках своих функций.
- : Распоряжение руководителя, поддержанное коллективом.
- : Выбор лучшей альтернативы.

I:

S:

Организация, придерживающаяся маркетинговой концепции, основное внимание уделяет:

- +: удовлетворению потребностей клиентов, изучению потребностей рынка**
- : выбору посредников и поставщиков
- : снижению себестоимости продукции
- : увеличению расходов на рекламу

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРАВОСУДИЯ»
Казанский филиал

Вопросы для зачета
по дисциплине *Основы менеджмента и маркетинга*

1. Концепции маркетинга
 2. Отличительные особенности социально-этичного маркетинга от других концепций развития рыночных отношений
 3. Классический комплекс маркетинга, его отличия от структуры маркетинговой деятельности
 4. Цели, задачи. Принципы, функции маркетинга
 5. Классификация маркетинга по сфере применения, приоритетности задач, краткая характеристика отдельных видов
 6. Группы маркетинга по ширине охвата, их отличительные особенности
 7. Объекты маркетинга: понятие, общность и различия разных понятий, виды и разновидности потребностей
 8. Виды спроса и взаимосвязанные с ними типы маркетинга
 9. Потребители: понятие, классификация, сегментирование
 10. Службы и организации маркетинга, их основные задачи и функции.
- Требования к специалисту по маркетингу
11. Микросреда маркетинга: понятие, субъекты и контролируемые факторы
 12. Макросреда маркетинга: понятие, субъекты и неконтролируемые факторы
 13. Конкурентная среда: понятие, виды конкуренции, их характеристика, правовая база регулирования
 14. Классификация средств маркетинга, их краткая характеристика
 15. Товар как средство удовлетворения потребностей, его краткая характеристика
 16. «Рыночный жизненный цикл» товаров, его основные этапы и маркетинговые решения, характерные для этих этапов
 17. Разработка концепции новых товаров: уровни, этапы
 18. Ценовая политика: понятие. Цели, задачи и направления ценообразования.
- Назначение цен в маркетинге
19. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен
 20. Стратегия ценообразования
 21. Классификация научных школ и подходов к менеджменту.
 22. Понятие и сущность менеджмента.
 23. Причины появления менеджмента как общепризнанной научной дисциплины.
 24. Управленческие революции. Основные научные мировые школы управления.
 25. Характеристика «научной школы менеджмента».
 26. Характеристика «административной школы менеджмента». Универсальные принципы управления Файоля.
 27. «Школа человеческих отношений (Неоклассическая)» школа менеджмента. Причины ее возникновения.
 28. Характеристика школы «поведенческих наук». Преимущества и недостатки.

29. Количественная школа: причины возникновения и сущность.
30. Принципы менеджмента.
31. Методы менеджмента
32. Анализ внешней среды организации. Факторы прямого воздействия.
33. Анализ внешней среды организации Факторы косвенного воздействия.
34. Анализ внутренней среды организации.
35. Природа и состав функций управления в менеджменте.
36. Мотивация и управление персоналом.
37. Содержательные теории мотивации.
38. Процессуальные теории мотивации.
39. Особенности и содержание управленческого труда.
40. Алгоритм принятия управленческого решения
41. Понятия управленческого решения. Классификация управленческих решений
42. Стили руководства организацией
43. Методы управления организацией
44. Понятие организационных структур
45. Особенности адаптивных организационных структур
46. Особенности функциональных и линейно-функциональных структур
47. Дивизиональные структуры Достоинства и недостатки.
48. Матричные структуры. Преимущества и недостатки
49. Понятие организационной культуры
50. Виды организационных культур

Критерии оценивания зачета (экзамена)

Результаты обучения	Баллы
Вопросы для практических занятий	0-60
Продвинутый уровень. Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, обучающийся исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно излагает материал, не затрудняется с ответом на основные и дополнительные вопросы. Знания, умения и навыки сформированы полностью.	от 51 до 60 «отлично»
Базовый уровень. Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, обучающийся исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно излагает материал, имеет некоторые затруднения с ответами на основные и дополнительные вопросы. Сформированные знания, умения и навыки имеют незначительные пробелы.	от 41 до 50 «хорошо»
Пороговый уровень. Теоретическое содержание курса освоено частично, продемонстрировано недостаточно полное освоение теоретических и практических материалов, предусмотренные цели и задачи выполнены не полностью, обучающийся владеет понятийным аппаратом, освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, испытывает затруднения при ответах на вопросы, нарушает последовательность в изложении материала. Знания, умения и навыки сформированы не полностью.	16-40 баллов «удовлетворительно»

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРАВОСУДИЯ»
Казанский филиал

Программа подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.01
Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)
Дисциплина Основы менеджмента и маркетинга

Билет №
(Образец)

1. Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается?

1. большое число потребителей
2. превышение предложения над спросом
3. превышение спроса над предложением
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

2. Спрос на товар (услугу) как категорию маркетинга- это?

1. нужда в конкретном виде продукции
2. потребность в товаре (услуге)
3. потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

3. В маркетинге товар понимается как?

1. продукт товара, произведенный для обмена
2. физический объект
3. набор свойств, позволяющих решить проблемы потребителя
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

4. Разновидности одного и того же товара являются?

1. конкурентами- желаниями
2. товарно-родовыми конкурентами
3. товарно-видовыми конкурентами
4. матками-конкурентами
5. правильного ответа нет

5. Возникновение какого направления развития управленческой мысли связывают с именем американского социолога Э.Мэйо?

1. Школа человеческих отношений;
2. Административная школа;
3. Школа научного менеджмента;
4. Эмпирическая школа.

6. Применение научных методов в управленческой практике, проведение управленческих экспериментов впервые осуществлено:

1. А.Файолем;
2. Х.Эмерсоном;

3. Ф.Тейлором;
4. Ч.Бэббиджем.

7. Менеджмент – это:

1. умение добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект и мотивы поведения других людей, работающих в организации
2. искусство
3. наука + опыт
4. практика управления

8. Планирование, организация, регулирование и контроль - это:

1. обязанность менеджера
2. функции менеджмента
3. этапы планирования
4. новый метод управления

9. В теории менеджмента к функциям управления относятся:

1. контроль
2. финансовый менеджмент
3. маркетинг
4. ценообразование

10. Внутренняя среда организации - это:

1. капитал, люди, технология
2. нельзя дать точное определение, т.к. каждая организация имеет свой набор компонентов
3. часть общей среды, которая находится в рамках организации
4. партнёры по бизнесу

11. Основные недостатки дивизиональных структур:

1. отсутствие творческих решений
2. низкий уровень мотивации сотрудников
3. увеличенные затраты на управление за счет повторяемости процессов
4. опасность разделения системы на самостоятельные подсистемы (в бизнесе)

12. Для чего осуществляется делегирование полномочий подчинённым:

1. для оптимального решения комплексной задачи
2. для сохранения "группового" стиля работы
3. для проверки квалификации подчиненных
4. для разгрузки самого руководителя

13. Процесс регулирования разных видов деятельности, структур организации - это:

1. анализ среды и стратегическое планирование
2. контроль
3. мотивация
4. координация

14. Предварительный, заключительный и текущий контроль - это:

1. этапы контроля
2. методы контроля
3. объекты контроля

4. принципы контроля

15. Что такое управленческое решение?

1. Главный фактор взаимодействия управляющей и управляемой системы.
2. Воздействие на управляемую систему.
3. Действия, вносящие целесообразное изменение в поведение управляемой системы.
4. План действий, воплощаемый в реальность.
5. Намерение менеджера изменить ситуацию и достичь определенных результатов.

Заведующий кафедрой _____ /

(подпись)

(ФИО)

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРАВОСУДИЯ»
Казанский филиал

ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)»
(базовая подготовка)

Учебно-методический комплекс по дисциплине

Основы менеджмента и маркетинга

Учебно-методические рекомендации по изучению дисциплины

Казань, 2023

Оглавление

1. Учебно-методические рекомендации для обучающихся по видам учебных занятий.....	3
2. Учебно-методические рекомендации для обучающихся по выполнению различных форм самостоятельной работы.....	4
3. Учебно-методические рекомендации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами по освоению дисциплины (модуля).....	8

1. Учебно-методические рекомендации для обучающихся по видам учебных занятий

Общие положения

В курсе используется комбинированный метод обучения. В ходе лекционных занятий рассматриваются наиболее проблемные и дискуссионные теоретические и практические вопросы по теории менеджмента. Общие вопросы и понятия рассматриваются слушателями самостоятельно на основе изучения рекомендованной литературы. Выработке практических навыков, закреплению и развитию теоретических и прикладных знаний посвящены практические занятия.

В курсе, помимо традиционной лекционной формы, используются различные активные методы обучения, целью которых является активное вовлечение обучающегося в образовательный процесс и развитие навыков командного взаимодействия.

Лекционные занятия (теоретический курс)

Целью лекционных занятий по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» является формирование у обучающихся необходимых знаний и практических навыков на основе знаний теории менеджмента.

Задачами лекционных занятий по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» является изучить:

- основные этапы развития менеджмента как науки;
- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- роли, функции и задачи менеджера в современной организации;
- принципы целеполагания, виды планирования;
- типы организационных структур, их основные параметры;
- основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля;
- виды управленческих решений и методы их принятия;
- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповых методов принятия решений, стилей и методов управления
- сформировать понятийный ряд, связанный с объектами, функциями и способами управления и организации маркетинговой деятельности на предприятии, ввести необходимые термины и определения
- познакомить обучающихся с современным опытом маркетинга и менеджмента с тем, чтобы они были способны его применить в своей дальнейшей работе

Обучающийся должен фиксировать основные положения лекции в письменном виде, особое внимание следует обратить на примеры управленческой практики, которые в обязательном порядке необходимо отражать в конспекте.

Лекционные занятия проводятся с использованием проектора и комплекса слайдов.

Практические занятия

Целью практических занятий по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» является сформировать у обучающихся системные представления по теории менеджмента: потребности и необходимости управления в деятельности человека; развитие социально-экономических систем, эволюции теории и практики управления организаций, базовые свойства.

Задачами практических занятий по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» является формирование умений:

- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее

совершенствованию;

- организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;
- анализировать стили и методы управления;

– научить обучающихся четко формулировать цели и задачи, определять существенные в данной ситуации переменные, уметь собирать информацию и анализировать ее для выработки обоснованного решения, определять наиболее успешные и соответствующие действующему законодательству способы применения элементов комплекса маркетинга;

– выработать у обучающихся умения выбирать оптимальные в данной ситуации мотиваторы, системы контроля;

При проведении практических занятий применяются активные образовательные технологии: информационные технологии; проблемное обучение; контекстное обучение; опережающая самостоятельная работа.

Лабораторные занятия (практикумы)

Не предусмотрены учебным планом.

2. Учебно-методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельной работы

Общие положения

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» проводится с целью:

- систематизация, закрепление, углубление и расширение полученных теоретических знаний, самостоятельное овладение новым учебным материалом;
- развитие общих и профессиональных компетенций, включающих в себя способность осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения учебно-профессиональных задач, профессионального и личностного развития; использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования учебно-профессиональной деятельности;
- развитие познавательных способностей и активности обучающихся, творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной деятельности.

Основными видами самостоятельной работы по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» является аудиторная и внеаудиторная самостоятельная работа. Аудиторная самостоятельная работа выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию. Внеаудиторная самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» включает в себя:

- подготовку к аудиторным занятиям (лекциям, практическим, лабораторным) и выполнение соответствующих заданий;
- самостоятельную работу над отдельными темами учебной дисциплины в соответствии с календарно-тематическим планам;
- подготовку и выполнение заданий, предусмотренных практическими работами;
- выполнение письменных работ, электронных презентаций;
- подготовку ко всем видам контрольных испытаний, в том числе к зачету;

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу обучающихся по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме. В качестве форм и методов контроля внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся могут быть использованы, тестирование, самоотчеты, письменные работы и др.

Учебно-методические рекомендации по изучению обучающимися вопросов, выносимых на самостоятельное изучение.

Цель организации самостоятельной работы (СР) по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» – является обучение обучающихся в навыкам и умениям в области теории менеджмента, овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа обучающихся способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Самостоятельная работа обучающихся является важнейшим видом освоения содержания дисциплины, подготовки к практическим занятиям, и к экзамену (зачету). Сюда же относятся и самостоятельное углубленное изучение тем дисциплины. Самостоятельная работа представляет собой постоянно действующую систему, основу образовательного процесса и носит исследовательский характер, что послужит в будущем основанием для написания выпускной квалификационной работы, и применением знаний на практике.

Организация СР ориентируется на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей обучающихся, переход от поточного к индивидуализированному обучению, с учетом потребностей и возможностей личности.

Самостоятельная работа обучающихся предполагает следующие виды отчетности:

- подготовку и написание докладов, сообщений, рефератов, и других письменных работ на заданные темы; изготовление презентаций.

Учебно-методические рекомендации по выполнению отдельных форм самостоятельной работы

Методические рекомендации по подготовке и написанию контрольной работы

Подготовка обучающимися письменных контрольных работ является одной из форм активизации и оптимизации учебного процесса, усиления его практической направленности является.

Письменная работа представляет собой самостоятельное научное исследование обучающегося в области определенной дисциплины. На основе изучения правовых актов и специальной литературы обучающийся должен дать самостоятельное решение проблем в рамках избранной темы, показать свое видение тех или иных рассматриваемых вопросов. В процессе подготовки письменных работ у обучающихся развивается творческая активность, формируются умения выявлять имеющиеся проблемы и находить пути их решения.

Основным требованием, предъявляемым к контрольной работе, является высокий научно-теоретический (с практическими выкладками) уровень ее содержания, который достигается при соблюдении следующих обязательных условий:

- не должна носить компилятивный характер, т. е. содержать заимствование чужих мыслей без соответствующих указаний.

- должна содержать собственный вклад обучающегося на основе анализа исследуемых документов и специальной литературы;
- должна включать в себя не только теоретический аспект исследуемых проблем, но и практический, с выводами и рекомендациями.

Письменные работы должны оформляться с соблюдением определенных правил.

Цель контрольной работы – оценка качества усвоения обучающимися отдельных, наиболее важных разделов, тем и проблем изучаемой дисциплины, умения решать конкретные теоретические и практические задачи.

Основная часть контрольной работы должна, как правило, содержать основные определения, обоснования и доказательства, описание методики расчёта (формулы), а также иметь ссылки на используемые источники информации. Материал работы и ее отдельные положения должны быть взаимосвязаны. Основная часть может также включать анализ теории вопроса по теме контрольной работы. Здесь же приводятся исходные данные и значения параметров в соответствии с заданием на контрольную работу. После этого излагается ход рассуждений, описывается последовательность расчётов, приводятся промежуточные доказательства и результаты решения всей поставленной задачи.

В заключении формулируются краткие выводы по выполненной контрольной работе, а в её конце приводится список использованных источников информации.

Методические рекомендации по написанию рефератов.

Реферат является самостоятельным библиографическим исследованием обучающегося, носящим описательно-аналитический характер.

Реферат не должен копировать содержание первоисточников. Он представляет собой новый вторичный текст, созданный в результате систематизации и обобщения материалов из первоисточников, его аналитико-синтетической переработки.

Целью подготовки реферата является обобщение различных научных идей, концепций, точек зрения на основе самостоятельного анализа отечественной и иностранной литературы.

Выполнение реферата должно иметь логически-обусловленную последовательность:

6. Определение темы.
7. Поиск, изучение и систематизация отобранных материалов.
8. Составление плана работы.
9. Написание текста.
10. Оформление реферата.

Реферат выполняется по одной из предложенных тем по выбору обучающегося с учетом его интересов и актуальности проблемы. Примерный перечень тем предоставляется преподавателем. Обучающийся может предложить собственную тему исследования, обосновав ее целесообразность и актуальность.

Примерная структура реферата

1. Титульный лист (Приложение 1)
2. Содержание
3. Введение
4. Основная часть
5. Заключение
6. Список использованной литературы
7. Приложения.

Во введении автор обосновывает выбор темы, ее актуальность, место в существующей проблематике, степень ее разработанности и освещенности в литературе, определяются цели и задачи исследования. В объеме реферата введение составляет 1-2 страницы.

Введение состоит из: вступления, обосновании актуальности выбранной темы, краткого обзора литературы, формулировки цели и задач реферата и его структуры.

Вступление состоит из 1-2 абзацев, необходимых для начала.

Обоснование актуальности выбранной темы – это ответ на вопрос: «почему я выбрал(а) эту тему данного реферата, чем она меня заинтересовала?». Необходима связь темы реферата с современностью.

Краткий обзор литературы и источников по проблеме представляет собой краткую характеристику основных источников литературы, с которой автор работал, оценку ее полезности и степени разработанности.

Цель и задачи реферата, которые предстоит решить в соответствии с выбранной темой, формулируются после изучения литературных источников по данной проблематике.

Цель – это осознаваемый образ предвосхищаемого результата.

Задача – то, что требует разрешения.

В основной части выделяют 2-3 вопроса рассматриваемой проблемы (главы, параграфы), в которых формулируются ключевые положения темы. В них автор развернуто излагает анализ проблемы, доказывает выдвинутые положения. Необходимо добиться того, чтобы основная идея, выдвинутая во введении, пронизывала всю работу, а весь материал был нацелен на раскрытие главных целей и задач. Каждый раздел должен открываться определенной задачей и заканчиваться краткими выводами.

Основное содержание реферата излагается по вопросам плана последовательно, доказательно, аргументировано, что является основным достоинством самостоятельной работы.

При изложении материала необходимо соблюдать общепринятые правила:

- не рекомендуется вести повествование от первого лица единственного числа (утверждения лучше выражать в безличной форме);
- при упоминании в тексте фамилий ученых обязательно ставить инициалы;
- каждая глава начинается с новой страницы, а параграф с новой строки;
- при изложении различных точек зрения и научных положений, цитат, выдержек из литературы, необходимо сделать ссылки на источники, отраженные в списке использованной литературы.

В заключении подводятся итоги исследования, обобщаются полученные результаты, делаются выводы по теме реферата, даются рекомендации по применению полученных результатов исследования.

Список использованной литературы должен содержать не менее 10 источников и служит показателем изученности темы автором. Издание не менее 60% источников должно быть за последние пять лет.

Перечень литературы приводится в алфавитном порядке в соответствии с требованиями оформления. В нем фиксируются только те источники, с которыми работал автор реферата.

Требования к оформлению реферата

Объем работы - не более 15-20 страниц печатного текста. Реферат представляется на одной стороне бумаги формата А4 размером 210x297 мм в одном цвете. Параметры страницы: межстрочный интервал - полуторный. Заголовки разделов, глав, параграфов должны отделяться от текста интервалами. Заголовок раздела - шрифт Times New Roman 14 ПРОПИСНЫМИ буквами. Обязательно соблюдение красной строки в начале абзаца. Текст не обходимо печатать, соблюдая следующие параметры:

Верхнее и нижнее поле страницы – 2 см, левое – 2,5 см., правое – 1,5 см.

Нумерацию таблиц и рисунков сквозная. Первой страницей является титульный лист. Он входит в общее количество страниц. На титульном листе номер страницы не ставят. На следующих страницах номер ставят в нижнем правом углу страницы без точки.

Методические рекомендации по выполнению разноуровневых задач

Цель выполнения разноуровневых задач и заданий – оценка уровня усвояемости обучающимися теоретических знаний и наличие сформированности практических навыков по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга».

Задания и задачи оформляются в печатном виде и задаются ведущему курс преподавателю.

Для решения заданий **репродуктивного уровня** необходимо применить полученные при изучении дисциплины теоретические знания.

Общий алгоритм для решения задач **реконструктивного уровня**:

1. Прочитать и проанализировать условие задачи. Обучающийся должен понять, о чем идет речь в задаче, какие понятия используются, о каких принципах, законах или явлениях идет речь.

2. Анализ данных. Обучающийся должен подумать, каким способом по ним можно получить требуемый результат. Это может быть использование готовых формул, вывод формул, построение логических цепочек.

3. Применение способа к исходным данным, в частности, проведение вычислений.

4. Анализ ответа с точки зрения его смысла и соответствия условию.

Для решения выполнения заданий **творческого уровня** необходимо:

- внимательно прочесть задание,
- повторить учебный материал, соответствующей тематике задания,
- собрать необходимый теоретический и практический материал,
- проанализировать собранный материал по критериям соответствия и полноты ответа на задание,
- последовательно ответить на поставленные в задании вопросы,
- оформить работу в печатном виде.

При этом ответ должен быть обоснован, четко и ясно изложен, схемы и рисунки выполнены аккуратно.

Фонд заданий к дисциплине по каждой компетенции находится в ЕИОС университета: <http://femida.raj.ru/login/index.php>

3. Методические рекомендации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами по освоению дисциплины (модуля) «Основы менеджмента и маркетинга»

Под специальными условиями для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения таких обучающихся, включающие в себя использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания организаций и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы деятельности: самостоятельная работа по освоению и закреплению материала; индивидуальная учебная работа в контактной форме предполагающая взаимодействие с преподавателем (в частности, консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором,

способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся.

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья возможно

–использование специальных технических и иных средств индивидуального пользования, рекомендованных врачом-специалистом;

–присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь.

На лекционном занятии рекомендуется использовать звукозаписывающие устройства и компьютеры, как способ конспектирования.

Для освоения дисциплины (в т.ч. подготовки к занятиям, при самостоятельной работе) лицами с ограниченными возможностями здоровья предоставляется возможность использования учебной литературы в виде электронного документа в электронно-библиотечной системе Book.ru имеющей специальную версию для слабовидящих; обеспечивается доступ к учебно-методическим материалам посредством СЭО «Фемида»; доступ к информационным и библиографическим ресурсам посредством сети «Интернет».

4. Перечень нормативных правовых актов, актов высших судебных органов, материалов судебной практики

Не предусмотрены.

Приложение 1
Оформление титульного листа

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРАВОСУДИЯ»
Казанский филиал

специальность **38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)**
Кафедра экономики

Реферат по дисциплине

«Основы менеджмента и маркетинга»

тема: «_____»

Обучающийся _____ курса

(Форма обучения)

(Ф.И.О. полностью)

Научный руководитель

(Ф.И.О., ученая степень, звание)

Казань 20__ г.

Карта обеспеченности литературой

Кафедра экономики

Направление подготовки (специальность) 38.02.01 "Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

Дисциплина: Основы менеджмента и маркетинга

Наименование, Автор или редактор, Издательство, Год издания, кол-во страниц	(URL)
1	
Основная литература	
Грибов, В. Д., Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие / В. Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2023. — 224 с. — ISBN 978-5-406-10684-6. — URL: https://book.ru/book/946262 (дата обращения: 10.05.2023). — Текст : электронный.	https://bo
Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю.Н. Егоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 292 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014862-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1372729 (дата обращения: 10.05.2023). – Режим доступа: по подписке.	https://zn ocument
Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2023. — 288 с. - ISBN 978-5-9776-0085-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1932339 (дата обращения: 10.05.2023). – Режим доступа: по подписке.	https://zn ocument
Дополнительная литература	
Сафронов, Н. А. Экономика организации (предприятия) : учебник для среднего профессионального образования / Н.А. Сафронов. — 2-е изд., с изм. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2023. — 256 с. - ISBN 978-5-9776-0059-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1902024 (дата обращения: 10.05.2023). – Режим доступа: по подписке.	https://zn oduct/19
Пястолов, С. М., Основы экономики, менеджмента и маркетинга +e-Приложение. : учебник / С. М. Пястолов. — Москва : КноРус, 2023. — 246 с. — ISBN 978-5-406-11478-0. — URL: https://book.ru/book/948884 (дата обращения: 10.05.2023). — Текст : электронный.	https://bo
Пястолов, С. М., Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Практикум. : учебно-практическое пособие / С. М. Пястолов. — Москва : КноРус, 2023. — 193 с. — ISBN 978-5-406-11479-7. — URL: https://book.ru/book/948885 (дата обращения: 10.05.2023). — Текст : электронный.	https://bo
Дополнительная литература для углубленного изучения дисциплины	
Егоршин, А. П. Основы менеджмента : учебник / А. П. Егоршин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 350 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-010959-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1171350 (дата обращения: 10.05.2023). – Режим доступа: по подписке.	https://zn cument?

Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю. Н. Егоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 292 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-017381-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1074173 (дата обращения: 10.05.2023). — Режим доступа: по подписке.	https://znanium.com/catalog/product/1074173
Экономика предприятия (организации, фирмы) : учебник / О.В. Девяткин, Н.Б. Акуленко, С.Б. Баурина [и др.] ; под ред. О.В. Девяткина, А.В. Быстрова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 777 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_594d2cb99ad737.28899881. - ISBN 978-5-16-012823-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1911262 (дата обращения: 10.05.2023). — Режим доступа: по подписке.	https://znanium.com/catalog/product/1911262
Коршунова, Е. Д. Экономика, организация и управление промышленным предприятием : учебник / Е.Д. Коршунова, О.В. Попова, И.Н. Дорожкин [и др.]. — Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2023. — 272 с. - ISBN 978-5-906818-90-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1976174 (дата обращения: 10.05.2023). — Режим доступа: по подписке.	https://znanium.com/catalog/product/1976174
Драчева Е.Л. Менеджмент : Учеб. для студ. СПО / Е.Л. Драчева; Е.Л. Драчева. - 7-е изд., стер. - М. : Академия, 2007. - 288 с.	
Грибов В.Д. Менеджмент : Учебное пособие / В.Д. Грибов. - М. : КНОРУС, 2009. - 280 с.	

Зав. библиотекой _____

